

## РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/5-15119/2019

«12» февраля 2020 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии: <...>а,

членов Комиссии: <...>а, <...>б,

рассмотрев дело № 077/05/5-15119/2019, возбужденное в отношении <...>ой, <...>ой относительно распространения в августе 2019 года в мобильном приложении для iPhone

газеты «Комсомольская правда» рекламы

порнографического характера, включающей изображения с текстовым сопровождением «Китай жене 7 палок за раз. Ты сможешь 5 Раз Подряд. 16+» и

«Стальной х\*\*к в любом возрасте», а также в игре «Три в ряд — Самоцветы» (разработчик Teskin Games), скаченную через систему Google Play, рекламы

порнографического характера, включающей изображение с текстовым сопровождением «У мужа стоит по 4 часа. После 1-й становится большим и крепким», с признаками нарушения пункта 5 части 4, части 6 статьи 5

Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в

распространении рекламы, содержащей

информацию порнографического характера, а также с использованием бранных слов,

в отсутствие <...>ой, <...>ой, ООО «Гугл» (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело

№ 077/05/5-15119/2019

возбуждено в отношении

<...>ой,

<...>ой на основании заявлений физических лиц по факту распространения в августе 2019 года в мобильном приложении для iPhone газеты «Комсомольская правда» рекламы порнографического характера, включающей изображения с текстовым сопровождением «Китай жене 7 палок за раз. Ты сможешь 5 Раз Подряд. 16+» и «Стальной х\*\*к в любом возрасте», а также в игре «Три в ряд — Самоцветы» (разработчик Teskin Games), скаченную через систему Google Play, рекламы порнографического характера, включающей изображение с текстовым сопровождением «У мужа стоит по 4 часа. После 1-й становится большим и крепким».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушений пункта 5 части 4, части 6 статьи 5 Закона о рекламе, выразившихся в распространении рекламы, содержащей информацию порнографического характера, а также с

2

использованием бранных слов, непристойных и оскорбительных образов,

сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина,

официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов),

религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и

культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Рассматриваемая реклама распространялась в виде рекламных баннеров в мобильном приложении для iPhone газеты «Комсомольская правда» и игры «Три в ряд — Самоцветы» (разработчик Teskin Games), а равно была доступна неограниченному кругу лиц-потребителей рекламы.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В настоящем случае объектом рекламирования является препарат для повышения уровня тестостерона у мужчин.

На основании изложенного, рассматриваемая информация является рекламой, что сторонами по делу не оспаривается.

В соответствии с пунктом 5 части 4 статьи 5 Закона о рекламе реклама не должна содержать информацию порнографического характера.

В соответствии с частью 6 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама с использованием бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы,

3

национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Согласно статье 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» под информацией порнографического характера понимается информация, представляемая в виде натуралистических изображения или описания половых органов человека и (или) полового сношения либо сопоставимого с половым сношением действия сексуального характера, в том числе такого действия, совершаемого в отношении животного.

Рассматриваемая реклама полностью подпадает под указанное описание информации порнографического характера, поскольку в ней демонстрируется натуралистическое изображение мужского полового органа, а также сопоставимые с половым сношением действия сексуального характера. В соответствии с Рекомендациями Роскомнадзора по применению Федерального закона от 5 апреля 2013 года №34-ФЗ «О внесении изменений в статью 4 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» и статью 13.21 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в настоящий момент отсутствует единый перечень нецензурных бранных слов. Однако среди специалистов существует мнение, согласно которому к нецензурным словам и выражениям относятся четыре общеизвестных слова, начинающихся на «х», «п», «е», «б», а также образованные от них слова и выражения.

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам могут быть отнесены слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или оскорбления.

Русский мат (матерный язык, матерная ругань, матерщина) — в русском и близких к нему языках — бранные слова и выражения, употребление которых не допускается общественной моралью, предназначенные преимущественно для оскорбления адресата или отрицательных оценок людей и явлений, наиболее грубая обценная разновидность ненормативной лексики (статья «Русский мат» из свободной энциклопедии Википедии/адрес в сети Интернет (<https://ru.wikipedia.org/wiki>)).

В спорной рекламе использовано бранное слово «х\*\*к», которое относится к форме матерного слова, выраженного существительным единственного числа, узнаваемого потребителями рекламы без каких-либо специальных познаний.

Таким образом, распространенная в августе 2019 года реклама в мобильном приложении для iPhone газеты «Комсомольская правда», включающая изображения с текстовым сопровождением «Кидай жене 7 палок за раз. Ты сможешь 5 Раз Подряд. 16+» и «Стальной х\*\*к в любом возрасте», а

также в игре «Три в ряд — Самоцветы» (разработчик Teskin Games), скаченную через систему Google Play, включающая изображение с текстовым сопровождением «У мужа стоит по 4 часа. После 1-й становится большим и крепким» содержит признаки нарушения пункта 5 части 4, части 6 статьи 5 Закона о рекламе, выразившихся в распространении рекламы, содержащей информацию порнографического характера, а также с использованием бранных слов.

Таким образом, при распространении спорной рекламы установлено нарушение пункта 5 части 4, части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение пункта 5 части 4, части 6 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с представленными в материалы дела сведениями, рассматриваемая реклама была распространена <...>ой и <...>ой на основании договоров на размещение клиентами материалов в сервисе Google Реклама (Google AdWords), заключенных на условиях Оферты 18.08.2019 и 20.08.2019

соответственно.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России, в действиях <...>ой и <...>ой при распространении рекламных баннеров в мобильном приложении для iPhone газеты «Комсомольская правда» и игры «Три в ряд — Самоцветы» (разработчик Teskin Games), скаченную через систему Google Play, установлено нарушение пункта 5 части 4, части 6 статьи 5 Закона о рекламе. Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе. В дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на

5 основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи <...>ой и <...>ой предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, ООО «Гугл» о прекращении размещения рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать <...>у и <...>у нарушившими требования пункта 5 части 4, части 6 статьи 5 Закона о рекламе при распространении в августе 2019 года в мобильном приложении для iPhone газеты «Комсомольская правда» рекламы порнографического характера, включающей изображения с текстовым сопровождением «Кидай жене 7 палок за раз. Ты сможешь 5 Раз Подряд. 16+» и «Стальной х\*\*к в любом возрасте», а также в игре «Три в ряд — Самоцветы» (разработчик Teskin Games), скаченную через систему Google Play, рекламы порнографического характера, а также с использованием бранных слов.
2. Выдать <...>ой, <...>ой предписания о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе.  
Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке,  
предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса  
Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>а

<...>